

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВІННИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Затверджено рішенням Вченої ради Вінницького
національного аграрного університету

(протокол № ____ від «____» _____ 20__ р.)

Освітня програма вводиться в дію з «____» _____ 20__ р.

Ректор _____ Віктор МАЗУР

(наказ № ____ від «____» _____ 20__ р.)

ОСВІТНЬО – ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
Кваліфікація: Бакалавр маркетингу

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма (ОПП) для підготовки здобувачів вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні за спеціальністю 075 «Маркетинг» містить обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти; перелік компетентностей випускника; нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання; форми атестації здобувачів вищої освіти.

Робоча група у складі:

Логоша Р.В. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри аграрного менеджменту та маркетингу, гарант освітньої програми;

Мазур К.В. – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри аграрного менеджменту та маркетингу;

Трапаїдзе С.М. – кандидат економічних наук, старший викладач кафедри аграрного менеджменту та маркетингу;

Підвальна О.Г. – доктор економічних наук, доцент, професор кафедри аграрного менеджменту та маркетингу;

Маснюк В.В. – здобувач вищої освіти (ОПП Маркетинг) ВНАУ;

Васильєв О.В. – комерційний директор ТОВ «Органік-Д», с. Сутиски, Тиврівського р-ну, Вінницької обл.

Перелік нормативних документів, на яких базується освітньо-професійна програма:

1. Про освіту: Закон України від 05.09.2017 р. №2145-VIII URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>

2. Про вищу освіту: Закон України від 01.07.2014 р. №1556-VII. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.

3. Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Затверджено та введено в дію Наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr.pdf>.

4. Національна рамка кваліфікацій. URL: <https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF/paran12#n12>.

5. Національний класифікатор України: Класифікатор професій ДК 003:2010. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text>.

6. Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти: Постанова Кабінету Міністрів України від 29.04.2015 р. №266. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.

7. Про затвердження Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти: Наказ Міністерства освіти і науки України від 11 липня 2019 року № 977. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0880-19>.

8. Про затвердження Положення про підвищення кваліфікації та стажування педагогічних і науково-педагогічних працівників вищих

навчальних закладів: Наказ Міністерства освіти і науки України від 24.01.2013 р., № 48. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0488-13>

9. Про внесення змін до деяких стандартів вищої освіти: Наказ Міністерства освіти і науки України від 13 червня 2024 року № 842. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2024/Nakaz-842.vid.13.06.2024.pdf>

10. Глосарій. Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти. URL: <https://naqa.gov.ua/wp-content/uploads/2020/01/%d0%93%d0%bb%d0%be%d1%81%d0%b0%d1%80%d1%96%d0%b9.pdf>.

1. Профіль освітньої програми із спеціальності 075 Маркетинг

1 - Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Вінницький національний аграрний університет, кафедра аграрного менеджменту та маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр, бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний. Обсяг освітньої програми: - на основі повної загальної середньої освіти становить 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців; - на основі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» становить 120 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 10 місяців; - на основі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») інших спеціальностей становить 180 кредитів ЄКТС, термін навчання 2 роки 10 місяців; - на основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» становить 180 кредитів ЄКТС, термін навчання 2 роки 10 місяців.
Наявність акредитації	Сертифікат № 4627 від 02.06.2023.
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Без обмежень доступу до навчання. Умови вступу визначають Правила прийому до Вінницького національного аграрного університету. Наявність атестату про повну середню освіту, ступеня молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста), ступеня молодшого фахового бакалавра.
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	01.07.2028 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	www.vsau.org
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка висококваліфікованих фахівців з організації та управління маркетинговою діяльністю з доступом працевлаштування до підприємств, організацій, установ, зокрема, й аграрної сфери, для забезпечення їх конкурентоспроможного розвитку в сучасних умовах функціонування в ринковому середовищі, здатних самостійно формувати та вирішувати складні практичні завдання, використовуючи комплекс базових теорій, інноваційних моделей та новітніх технологій прийняття управлінських рішень в сфері маркетингу.	
3- Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань,	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг».

спеціальність)	<p><u>Об'єкт вивчення</u>: маркетингова діяльність як форма взаємодії в різних сферах, зокрема в аграрній сфері, суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів та потреб.</p> <p><u>Цілі навчання</u>: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><u>Теоретичний зміст предметної області</u>: суть маркетингу як сучасної концепції управління ринком; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p><u>Методи, методики та технології</u>: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><u>Інструменти та обладнання</u>: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
Орієнтація освітньої програми	<p>Освітньо-професійна.</p> <p><u>Професійні акценти</u>: формування здатності здійснювати маркетингову, адміністративну, аналітичну, проектну та дослідницьку діяльність з використанням сучасних інноваційних підходів, технологій і методів управління маркетинговою діяльністю на підприємствах та в організаціях.</p>
Основний фокус освітньої програми	<p>Загальна, освітньо-професійна програма спрямована на підготовку фахівців, здатних в практичній діяльності використовувати набуті компетентності в сфері маркетингу, спроможних критично мислити, проявляти креативність та підприємницьку ініціативність, використовувати комунікації в якості базису результативності маркетингових відносин в бізнес середовищі, а також формувати сучасний інструментарій маркетингової діяльності для різних суб'єктів бізнесу, зокрема, в аграрній сфері.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, ринок, товар, реклама, маркетингові дослідження, просування, маркетингове ціноутворення, комплекс маркетингу, аграрний маркетинг.</p>
Особливості програми	<p>Програма забезпечує набуття високого рівня знань та навичок з управління маркетинговою діяльністю підприємств та організацій. Значна увага приділена вивченню аграрного маркетингу та дослідженню ринків аграрної продукції.</p> <p>Унікальністю програми є підготовка фахівців з маркетингу, яка формує фундаментальні знання та фахові навички з управління маркетинговою діяльністю в т.ч. суб'єктів аграрного ринку.</p>
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Випускники отримують можливість працевлаштування на підприємствах (організаціях, установах) різних форм власності в області маркетингу на посадах визначених чинною редакцією Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010) в межах відповідної спеціальності та обіймати посади в інших секторах економіки.</p>

Подальше навчання	Можливе подальше продовження навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Основні підходи, методи та технології, які використовуються в даній програмі: студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання, самонавчання, навчання на основі досліджень тощо. Викладання та навчання проводяться у таких формах: лекції, мультимедійні лекції, практичні заняття, індивідуальні завдання, проектна робота в командах, самостійна робота з підручниками, конспектами, консультації з викладачами, практика на підприємствах, підготовка кваліфікаційної роботи.
Оцінювання	Усні та письмові екзамени, заліки, захист звіту з практики, апробація результатів дослідження на наукових конференціях, тестування, підсумкова атестація тощо.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність (ІК)	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	<p>ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p>ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.</p>
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

	<p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
7 – Програмні результати навчання	
P1.	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
P2.	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
P3.	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
P4.	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
P5.	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
P6.	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
P7.	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
P8.	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
P9.	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати

рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефаківцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

P15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Навчальний процес підготовки бакалаврів маркетингу забезпечують провідні викладачі кафедр університету. Науково-педагогічні працівники, залучені до реалізації освітньої програми мають відповідність освітньої та/або професійної кваліфікації освітньому компоненту та досягнення у професійній діяльності.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення реалізації програми відповідає потребам: достатня кількість аудиторій для проведення лекційних і практичних занять, наповнених сучасним мультимедійним обладнанням для використання в навчальних цілях і для проходження практик; комп'ютерних класів з необхідним устаткуванням. Наявна розвинена соціально-побутова інфраструктура: бібліотека університету, у тому числі читальний зал із комп'ютеризованими робочими місцями; пункти харчування в корпусах університету; актовий та спортивний зали, стадіон та спортивні майданчики; зони відпочинку студентів, гуртожитки тощо.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційне забезпечення: - офіційний веб-сайт ВНАУ http://www.vsau.org ; - віртуальне навчальне середовище ЕСУ «Сократ» http://socrates.vsau.org ; - точки бездротового доступу до мережі Інтернет; - необмежений доступ до мережі Інтернет; - наукова бібліотека, читальні зали, автоматизована бібліотечна система «Софія»; - доступ до електронних наукових баз даних Scopus та Web of Science, доступ до повнотекстових публікацій міжнародного видавництва Springer Nature та повнотекстових ресурсів бази даних ScienceDirect тощо. Матеріали навчально-методичного забезпечення викладено на

	освітньому порталі ВНАУ «Навчальна робота», сайтах кафедр, репозиторії та в картках дисциплін в навчальному середовищі ЕСУ «Сократ».
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність може здійснюватися відповідно до угод ВНАУ із закладами вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	<p>ВНАУ створює можливості для отримання досвіду міжнародної співпраці впродовж навчання на основі угод про наукову і академічну співпрацю з міжнародними установами https://vsau.org/pro-universitet/strukturni-pidrozdili/mizhnarodna-diyalnist</p> <p>Співпраця з навчальними, науковими установами зарубіжних країн:</p> <p>Пловдивський аграрний університет до 2024.</p> <p>Вірменський державний економічний університет до 2025.</p> <p>Державний університет Іллі (Грузія) до 2025.</p> <p>Академія сільськогосподарських наук Грузії – безстроково.</p> <p>Університет Барі Альдо Моро (Італія) до 2024.</p> <p>Латвійський університет до 2024.</p> <p>Університет Хохенхайм (Німеччина) до 2024.</p> <p>Університет “Штефан чел Маре” (Румунія) до 2024.</p>
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Умови прийому на навчання за програмою регламентуються Правилами прийому ВНАУ.

2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОПП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
<i>Обов'язкові компоненти</i>			
ОК 1.	Історія України	5	Екзамен
ОК 2.	Українська мова та етнологія	4	Екзамен
ОК 3.	Іноземна мова	8	Екзамен
ОК 4.	Філософія	3	Екзамен
ОК 5.	Соціологія і політологія	5	Екзамен
ОК 6.	Основи права	3	Залік
ОК 7.	Вища та прикладна математика	6	Екзамен
ОК 8.	Інформаційні технології	3	Екзамен
ОК 9.	Фінансова грамотність	5	Екзамен
ОК 10.	Економічна теорія (Основи економічної теорії)	4	Залік
ОК 11.	Технологія виробництва та переробки продукції тваринництва	4	Залік
ОК 12.	Технологія виробництва та переробки продукції рослинництва	4	Залік
ОК 13.	Етика бізнесу та управління	4	Залік
ОК 14.	Основи наукових досліджень	4	Залік
ОК 15.	Охорона праці та безпека життєдіяльності	3	Залік
ОК 16.	Економічна теорія (Мікроекономіка, Макроекономіка)	6	Екзамен
ОК 17.	Основи маркетингу	5	Екзамен
ОК 18.	Менеджмент і адміністрування	6	Залік, екзамен
ОК 19.	Статистика	5	Екзамен
ОК 20.	Агромакетинг	5	Екзамен
ОК 21.	Маркетинг послуг	5	Екзамен
ОК 22.	Дослідження ринків (в т.ч. інфраструктура ринку)	5	Залік
ОК 23.	Економіка підприємства	5	Екзамен
ОК 24.	Маркетинг соціальних мереж	5	Екзамен
ОК 25.	Маркетингові дослідження	5	Екзамен
ОК 26.	Маркетингова товарна політика (в т.ч. інноваційна політика)	5	Екзамен
ОК 27.	Маркетинговий менеджмент	5	Екзамен
ОК 28.	Галуzeвий маркетинг	4	Екзамен
ОК 29.	Маркетингова комунікаційна політика	4	Залік
ОК 30.	Маркетингова цінова політика	5	Екзамен
ОК 31.	Маркетингова політика розподілу	5	Екзамен
ОК 32.	Маркетингове планування	4	Екзамен
ОК 33.	Логістика	4	Екзамен
ОК 34.	Маркетинговий аналіз	5	Екзамен
ОК 35.	Аграрна політика та земельні відносини	7	Залік, екзамен
ОК 36.	Навчальна практика (Я - маркетолог)	2	Залік
ОК 37.	Навчальна практика з поглибленого вивчення розмовної іноземної мови	1	Залік
ОК 38.	Виробнича практика	7	Залік
ОК 39.	Кваліфікаційна робота	5	Захист
Загальний обсяг обов'язкових компонент		180	

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
<i>Вибіркові компоненти*</i>			
ВК1 – ВК 12	Вибіркова компонента	5	Залік
Загальний обсяг вибірових компонент		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

*Здобувачу освіти надається право обирати дисципліни із запропонованого переліку, з яким можна ознайомитись на сайті ВНАУ <https://vsau.org/studentamm/vibirkovi-disciplini>)

2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми

I курс	I семестр	OK1. Історія України	OK2. Укр. мова та етнок.	OK7. Вища та прикладна математика	OK3. Іноземна мова	OK5. Соціологія і політологія	OK6. Основи права	OK8. Інформаційні технології	OK12. Технол. виробн. продукц. рослинництва	OK13. Етика бізнесу та управління
	II семестр	OK4. Філософія				OK9. Фінансова грамотність	OK10. Економічна теорія (ОЕТ)	OK11. Технол. виробн. продукц. тваринництва	OK14. Основи наукових досліджень	OK 36. Навчальна практика Я маркетинг
II курс	III семестр	OK17. Агромакетинг	OK18. Менеджмент і адміністрування	OK3. Іноземна мова	OK19. Статистика	BK1.	BK2.	BK3.		
	IV семестр	OK15. Охорона праці та безпека життєдіяльності			OK16. ОЕТ (Мікроекономіка, Макроекономіка)	OK20. Основи маркетингу	OK21. Маркетинг послуг	OK22. Дослідження ринків (в т.ч. інфр. ринку)	OK37. Навчальна практика з поглибленого вивчення розмовної іноземної мови	
III курс	V семестр	OK23. Економіка підприємства	OK24. Маркетинг соціальних мереж	OK25. Маркетингові дослідження	OK28. Галузевий маркетинг	BK4.	BK5.			
	VI семестр	OK26. МТП (в т.ч. інновац. Політика)	OK27. Маркетинговий менеджмент	OK29. МКП	OK30. МЦП	BK6.	OK 38. Виробнича практика			
IV курс	VII семестр	OK31. МПР	OK32. Маркетингове планування	OK35. Аграрна політика та земельні відносини	BK7.	BK8.	BK9.			
	VIII семестр	OK33. Логістика	OK34. Маркетинговий аналіз		BK10.	BK11.	BK12.	OK 39. Кваліфікаційна робота		

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми «Маркетинг» першого рівня вищої освіти здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації бакалавр маркетингу. Атестація здійснюється атестаційною комісією, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань. Атестація здійснюється відкрито і гласно. Кваліфікаційна робота передбачає розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми у галузі маркетингу, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов, і потребує застосування його відповідних положень і методів.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	OK1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK6	OK7	OK8	OK9	OK10	OK11	OK12	OK13	OK14	OK15	OK16	OK17	OK18	OK19	OK20	OK21	OK22	OK23	OK24	OK25	OK26	OK27	OK28	OK29	OK30	OK31	OK32	OK33	OK34	OK35	OK36	OK37	OK38	OK39		
IK	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	
3K1				•	•	•			•						•			•		•																					
3K2	•	•	•	•	•							•	•		•	•																		•							
3K3				•		•	•		•			•		•	•	•			•	•									•	•						•				•	
3K4									•	•	•		•	•			•	•	•	•	•			•	•			•			•	•	•	•						•	•
3K5							•											•					•		•				•				•						•	•	
3K6						•														•	•	•		•	•		•	•		•	•				•	•		•	•		
3K7		•					•	•	•		•				•	•			•	•	•		•	•			•		•	•				•			•	•		•	
3K8			•					•		•			•	•								•																		•	
3K9							•	•	•			•							•										•					•						•	
3K10			•													•																			•			•			
3K11								•										•																						•	
3K12											•																		•						•	•				•	
3K13			•														•											•							•	•					
3K14		•														•		•																							
3K15																															•	•									
CK1			•															•		•		•					•									•			•	•	
CK2				•												•	•		•		•													•					•	•	
CK3																			•				•													•	•		•	•	
CK4																														•									•	•	
CK5												•	•	•						•									•		•				•				•	•	
CK6											•			•												•			•					•						•	•
CK7																•							•	•				•	•		•				•				•	•	
CK8												•	•							•											•						•	•	•		
CK9										•																							•						•		
CK10								•												•								•												•	
CK11				•					•	•										•		•								•				•					•		
CK12																							•			•								•				•	•		
CK13																			•						•													•	•		
CK14						•						•	•				•			•															•				•	•	

**5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (Р)
відповідними компонентами освітньої програми**

	OK1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK6	OK7	OK8	OK9	OK10	OK11	OK12	OK13	OK14	OK15	OK16	OK17	OK18	OK19	OK20	OK21	OK22	OK23	OK24	OK25	OK26	OK27	OK28	OK29	OK30	OK31	OK32	OK33	OK34	OK35	OK36	OK37	OK38	OK39		
P1						•															•	•											•						•		
P2											•			•		•			•	•							•	•					•					•	•		
P3							•	•				•						•	•				•	•					•					•		•			•	•	
P4							•	•			•	•	•							•	•			•			•			•		•		•					•	•	
P5																			•											•								•	•		
P6																							•				•			•						•			•		
P7							•	•					•						•		•					•							•	•				•	•		
P8																												•									•			•	
P9																	•							•									•						•		
P10											•				•												•							•						•	
P11																											•					•									
P12	•			•	•		•	•	•	•		•	•					•										•								•					
P13									•	•						•		•															•						•	•	
P14									•																						•								•	•	
P15	•			•	•	•																																			
P16											•												•													•			•		
P17		•	•																																			•			
P18	•				•				•															•																	

Гарант освітньої програми _____ Роман ЛОГОША